

## ハイアット、新ホテルブランド「キャプション by Hyatt」を発表

ハイアット ホテルズ コーポレーション（本社：米国イリノイ州シカゴ、以下「ハイアット」）は、現地時間9月24日、新ホテルブランド「キャプション by Hyatt (Caption by Hyatt)」を発表しました。同ブランドは、ハイアットが展開する「セレクトサービス」カテゴリーにおけるライフスタイルブランドの位置付けであり、人々をより密接に結び付けることを主眼とし、快適でフレキシブルな共有スペースが仕事や食事、人との交流を可能にして有意義な会話とつながりを促します。「キャプション by Hyatt」ブランドはお客様にご満足いただけるライフスタイル体験を提供すると同時に、セレクトサービスの効率性と柔軟性で優れた収益性をもたらします。



「キャプション by Hyatt」のソーシャルスペースのイメージ © Designed by Avenir Rendered by Radical Galaxy

「キャプション by Hyatt」ブランドは、例えば一日の終わりにお客様が一杯のコーヒーやドリンク、食事を楽しみながら、人と知り合い、会話が弾むような快適な空間を創造するようにデザインされます。「キャプション by Hyatt」のホテルでは、カフェであり、マーケットであり、バーのような活気に満ちた場所で、独自性に富んだ料理や飲み物が楽しめます。ブランドコンセプトである「会話が弾む飲食」のデザインについては、ダニー・マイヤー氏が創設者兼最高経営責任者を務めるユニオン・スクエア・ホスピタリティー・グループ(USHG)の助言を得ています。

### 「キャプション by Hyatt」ブランドの3つのお約束：

- **魅力的で親しみやすいスペース：**「キャプション by Hyatt」のホテルでは、居心地の良い客室と共用エリアにおいて、お客様が自分の好みに合わせた空間にできるよう、自由に物を動かすことができます。ソーシャルスペースは高級感を醸し出すデザインで、お客様と地元の方々との会話が弾み、しばらくそこに居たくなるようなつくりになります。
- **会話が弾む食事と飲み物：**「キャプション by Hyatt」のホテルでの飲食は、特別な存在になります。そこに人々が集い、地元の生き生きとした文化をとともに楽しむような経験を可能にします。

- **ホテルでの滞在を超えるような体験:**「キャプション by Hyatt」のホテルでお客様が新しい何かや人と出会う際、「つながるためのコンディションづくり」を提供します。例えば、飲み物やスナック、コンセントがあり、小さなイベントも開催できるフレキシブルな多目的スペースでは、体験イベントや、小規模な展示販売会から地ビールのテイスティングまで、さまざまな催しがお客様を飽きさせません。

#### ハイアットのグローバルブランド担当副社長、ヘザー・ガイスラーのコメント:

「ハイアットでは、個々の人のつながりにはパワーがあると確信しています。お客様の声に耳を傾けると、一人旅でも友人との旅行でも、信頼のおける親しみやすい環境で、他の人とつながることを期待されていることがわかります。『キャプション by Hyatt』ブランドで、お客様や地元の方々が入り交じり、知り合ったばかりの人も、古くからの友人も、カクテルなどを片手に楽しんでいただけるよう設えた空間で、自然に交流していただけたらと思います」。

#### ハイアットのグローバル開発責任者、ジム・チュウのコメント:

「新しい『キャプション by Hyatt』ブランドは、グローバルな成長の牽引役となることを目指しています。このブランドは、世界中の都市、新興地域、人通りの多いエリアで、さまざまな場所や市場のニーズに即して柔軟に適應でき、設計と運営に対してより持続可能なアプローチを提供できるため、力強い成長が期待されます」。

「キャプション by Hyatt」ブランドの詳細は、以下のリンクをご覧ください。(英語のみ)

<https://www.hyatt.com/development/ourbrands/captionbyhyatt>

以上

※ 本リリース中の「ハイアット」とは、ハイアット ホテルズ コーポレーションおよび(または)その関連会社を指す用語として使用されています。

#### ハイアット ホテルズ コーポレーションについて

ハイアット ホテルズ コーポレーション(本社:米国イリノイ州シカゴ)は、20 のプレミアブランドを擁する世界有数のホスピタリティ企業です。2019年6月30日現在、世界6大陸の60余りの国々で875以上の施設を展開しています。「人を思いやると、人(相手)は最高の状態になれる」という企業理念は、経営判断や成長戦略の礎であり、素晴らしい人材の確保から、顧客との信頼関係構築、株主のための企業価値創造に至るまで貫かれています。同社の子会社が開発、所有、運営、管理、フランチャイズ展開、ライセンス契約、サービス提供を行っているホテル、リゾート、レジデンス、タイムシェア型リゾートオーナーシップ施設、フィットネス & スパのブランドは、「Park Hyatt®」「Miraval®」「Grand Hyatt®」「Alila®」「Andaz®」「The Unbound Collection by Hyatt®」「Destination®」「Hyatt Regency®」「Hyatt®」「Hyatt Ziva™」「Hyatt Zilara™」「Thompson Hotels®」「Hyatt Centric®」「Caption by Hyatt」「Joie de Vivre®」「Hyatt House®」「Hyatt Place®」「tommie™」「Hyatt Residence Club®」「Exhale®」。また、ロイヤルティプログラム「World of Hyatt®」を展開し、顧客会員に魅力的な特典や会員限定サービスを提供しています。詳しくは [www.hyatt.com](http://www.hyatt.com) をご覧ください。

#### 将来予測に関する記述について

本プレスリリースに含まれる記述で歴史的事実でないものは、1995年米国私募証券訴訟改革法(*Private Securities Litigation Reform Act of 1995*)が定める「将来予測に関する記述 (Forward-Looking Statement)」に該当します。当社の実際の成果、業績または達成内容は、将来予測に関する記述に明示または暗示されている内容と大きく異なる場合があります。これらの記述は、新しいハイアットのブランドの紹介やコンセプトを含み、また既知または予測が難しい未知のリスクが含まれます。かかる記述にある「かもしれない(may)」「可能

性がある(could)」「期待する(expect)」「意向である(intend)」「計画している(plan)」「求める(seek)」「予想する(anticipate)」「考えている(believe)」「予測する(estimate)」「予想する(predict)」「潜在的(potential)」「続ける(continue)」「あり得る(likely)」「するつもりである(will)」「するかもしれない(would)」、その他これらに類する単語や類似の表現、またはその否定形の使用によって、当該文章が「将来予測に関する記述」であると判断できることがあります。「将来予測に関する記述」は、当社および当社の経営陣によってその内容が妥当であると判断されていながらも、必然的に不確かな性質の予測および前提に基づくものです。現在の期待と実際の結果(業績・達成)との間に著しい相違をもたらさうる要因としては、景気後退後の景気回復のペースのほか、ビジネスとレジャーにおける消費のレベルや消費者の消費動向の変化、客室稼働率や平均宿泊料金の低下、不動産やホスピタリティー事業の景気の季節的・周期的な性質、インターネット旅行仲介業者などによる流通形態の変化、お客様の嗜好の変化、第三者の施設所有者、フランチャイジーおよびホスピタリティーベンチャーパートナーの財務状況、およびこれらとの関係、第三者の所有者、フランチャイジーまたは開発パートナーが現在の事業に資金を供給したり、成長計画を実行したりするために必要な資本にアクセスできない可能性、将来的な買収や譲渡、および新しいブランドコンセプトの導入に伴うリスク、買収や譲渡の時期、および完了した買収と既存の事業運営とを適切に統合する当社の能力、当社の戦略を成功裏に遂行し、当社の経営管理およびフランチャイズ事業を拡大すると同時に、目標期間内に期待価値内に当社の不動産資産の基盤を縮小する能力、当社の属する業界(業界の整理統合の結果として属することになった業界を含む)および当社が事業を行っている市場における競争環境の変化、ロイヤルティプログラム「ワールド オブ ハイアット」を成功裏に成長させる当社の能力、サイバーインシデントの発生ならびに情報技術の障害、書式 10-K の年次報告書を含む当社の米国証券取引委員会への提出書類(米国証券取引委員会から入手可能)に記載されているその他のリスクなどが挙げられます。上記要因は、当社の実際の結果、業績、または達成内容を、当社の将来予測に関する記述で表現または示唆された内容と著しく異なるものとする可能性がある全ての重要な要因を含んでいるわけではありません。本プレスリリース配信日現在において発表された将来予測に関する記述に過度に依拠されることのないようご注意ください。当社は、適用法令によって義務付けられる場合を除き、実際の結果、新たな情報、将来の事象、前提条件の変化、その他将来予測に関する記述に影響を及ぼす要素の変化を、かかる記述に反映させるように将来予測に関する記述を公的に更新する義務を負いません。仮に、当社が将来予測に関する記述の一つまたは複数について更新した場合であっても、そのことから、その後、かかる記述または他の将来予測に関する記述に関してさらなる更新がなされることを意味するものではありません。

本件に関する報道関係者のお問い合わせ先

ハイアット ホテルズ アンド リゾーツ広報担当 早川

TEL: 03 3222 4088(直通) Email : [chie.hayakawa@hyatt.com](mailto:chie.hayakawa@hyatt.com)